

MOTIF MAHASISWA SURABAYA
DALAM MENGGUNAKAN SITUS TWITTER DI INTERNET
(Studi Deskriptif Motif Mahasiswa Surabaya Dalam Menggunakan
Situs Twitter di Internet)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Pada FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur**



Oleh :

DIANITA MILANIE
NPM. 0643010344

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2010

**MOTIF MAHASISWA SURABAYA DALAM
MENGUNAKAN SITUS TWITTER DI INTERNET**
(Studi Deskriptif Motif Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya
Dalam Menggunakan Situs Twitter di Internet)

Disusun oleh :

DIANITA MILANIE
NPM. 0643010344

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
DOSEN PEMBIMBING

ZAINAL ABIDIN A., S.Sos, M.Si, M.Ed
NPT. 373039901701

Mengetahui,
DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 030 175 349

MOTIF MAHASISWA SURABAYA
DALAM MENGGUNAKAN SITUS TWITTER DI INTERNET
(Studi Deskriptif Motif Mahasiswa Surabaya dalam menggunakan
Situs Twitter di Internet)

Oleh :

DIANITA MILANIE
0643010344

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal : 15 April 2010

Menyetujui,

PEMBIMBING

TIM PENGUJI

Zainal Abidin A., S.Sos, Msi, M.Ed
NPT. 373039901701

1. **Juwito, S.Sos, MSi**
NPT. 367049500361

2. **Drs. Kusnarto, MSi**
NIP. 030 176 735

3. **Zainal Abidin A., S.Sos, Msi, M.Ed**
NPT. 373039901701

Mengetahui,
DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 030 175 349

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAKSI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	2
1.2. Perumusan Masalah.....	14
1.3. Tujuan Penelitian.....	14
1.4. Kegunaan Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	16
2.1. Landasan Teori.....	16
2.1.1. Pengertian Internet.....	16
2.1.2. Internet Sebagai Media Komunikasi.....	20
2.1.3. Situs Twitter.....	24
2.1.4. Pengertian Mahasiswa.....	29
2.1.5. Motif.....	30
2.1.6. Teori Komunikasi Interpersonal.....	32

2.1.7. Teori Uses and Gratification.....	38
2.2. Kerangka Berfikir.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1. Pendekatan Penelitian.....	44
3.1.1 Motif Dan Pengukurannya.....	44
3.1.2. Mahasiswa.....	50
3.1.3. Pengguna Twitter di Internet.....	50
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	51
3.2.1. Populasi.....	51
3.2.2. Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	52
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.4. Metode Analisis Data.....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
4.2. Penyajian Data dan Analisa Data.....	60
4.3.1. Identitas Responden.....	60
4.3.2. Motif Mahasiswa Surabaya Dalam Menggunakan Situs Twitter Di Internet.....	62
4.3.2.1. Motif Informasi.....	62
4.3.2.2. Motif Identitas Pribadi.....	69
4.3.2.3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial.....	78
4.3.2.4. Motif Hiburan.....	85
4.3.3. Motif Secara Keseluruhan.....	93

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
5.1. Kesimpulan.....	95
5.2. Saran.....	97
 DAFTAR PUSTAKA.....	 98
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Twitter.....	64
Tabel 4.4. Motif Informasi Responden Mengenai Berbagai Informasi Melalui Fitur “ <i>Trending Topics</i> ”	66
Tabel 4.5. Motif Informasi Responden Mengenai Profil Terbaru Melalui Fitur “ <i>Profile</i> ”	67
Tabel 4.6. Motif Informasi Responden Mengenai Berbagai Aktivitas Melalui Fitur “ <i>Home</i> ”	69
Tabel 4.7. Motif Informasi Responden Mengenai Perkembangan Pesan Melalui Fitur “ <i>RSS Feeds</i> ”	70
Tabel 4.8. Motif Informasi Responden Dalam Menggunakan Situs Twitter Di Internet.....	71
Tabel 4.9. Motif Identitas Pribadi Responden Dalam Menemukan Penunjang Nilai – Nilai Pribadi.....	73
Tabel 4.10. Motif Identitas Pribadi Responden Mengenai Identifikasi Pribadi.....	75
Tabel 4.11. Motif Identitas Pribadi Responden Mengenai Pemahaman Diri Sendiri.....	76
Tabel 4.12. Motif Identitas Prbadi Responden Mengenai Penunjang Pengetahuan Pribadi.....	78
Tabel 4.13. Motif Identitas Pribadi Responden Dalam Menggunakan Situs Twitter Di Internet.....	80
Tabel 4.14. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Responden Mengenai Memperat Hubungan Dengan Orang Lain.....	81
Tabel 4.15. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Responden Mengenai Pesan Secara Langsung dan Pribadi.....	83
Tabel 4.16. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Mengenai Interaksi Dengan Pengguna dan Lingkungan Sekitar.....	84

Tabel 4.17.	Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Responden Mengenai Bahan Percakapan Dan Interaksi Sosial.....	85
Tabel 4.18.	Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Responden Dalam Menggunakan Situs Twitter di Internet.....	87
Tabel 4.19.	Motif Hiburan Responden Dengan Mengganti atau Menambah Foto Profil.....	88
Tabel 4.20.	Motif Hiburan Responden Dengan Menyalurkan Emosi.....	90
Tabel 4.21.	Motif Hiburan Responden Dengan Mendapatkan Hiburan Dan Kesenangan.....	91
Tabel 4.22.	Motif Hiburan Responden Dengan Mengganti Tema <i>Account</i> , Gambar, dan Warna.....	93
Tabel 4.23.	Motif Hiburan Responden Responden Dalam Menggunakan Situs Twitter di Internet.....	94
Tabel 4.24.	Motif Secara Keseluruhan.....	95

ABSTRAKSI

Dianita Milanie, Motif Mahasiswa Surabaya Dalam Menggunakan Situs *Twitter* Di Internet (Studi Deskriptif Motif Mahasiswa Universitas Kristen Petra Di Surabaya Dalam Menggunakan Situs *Twitter* Di Internet)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif mahasiswa surabaya dalam menggunakan situs twitter di internet.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification*, Motif dan Komunikasi Interpersonal. Dalam hal ini motif yang diteliti ada empat yaitu : motif informasi, motif identitas, diri, motif Integritas dan interaksi sosial, serta motif hiburan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara komunikasi interpersonal melalui media untuk meningkatkan dan menumbuhkan hubungan interpersonal. Dan dengan menggunakan teori *Uses and Gratification* yang menyatakan bahwa pemilihan dan penggunaan media ditentukan oleh khalayak untuk memenuhi kebutuhan – kebutuhan individu, yaitu : kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan pribadi secara integratif, kebutuhan sosial secara integratif, dan kebutuhan pelepasan, sehingga terfokus pada apa yang dilakukan khalayak pada media.

Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dengan menggunakan alat kuesioner karena Penelitian ini difokuskan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan secara sistematis mengenai motif mahasiswa Surabaya dalam menggunakan situs *Twitter* di Internet. Data yang diperoleh dari hasil kuesioner terdiri :mengedit, mengkode, dan memasukkan data tersebut dalam tabulasi data untuk selanjutnya dianalisis secara deskriptif setiap pertanyaan yang diajukan. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa surabaya yang memiliki situs *twitter*. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*

Berdasarkan hasil analisis data yang menunjukkan bahwa motif mahasiswa surabaya dalam menggunakan situs twitter di internet tergolong tinggi, karena di dalam menggunakan situs twitter di internet sudah dapat memenuhi keinginan responden yang berkenaan dengan motif yang telah di analisis.

Kesimpulan yang di dapat dari penelitian yang telah dilakukan dengan menyebarkan kuesioner, dari keempat motif yang diamati yaitu motif informasi, motif identitas pribadi, motif integritas dan inetraksi sosial, serta motif hiburan, dapat diketahui bahwa motif yang paling dominan dalam penelitian ini adalah motif integrasi dan interaksi sosial yaitu sebanyak 84 orang responden (84%). Dengan *twitter*, mahasiswa dapat berhubungan atau berkomunikasi dengan teman – teman mereka maupun orang lain karena adanya dorongan untuk berhubungan dengan orang lain dan berinteraksi sosial dengan orang lain sangat besar

Kata kunci : Motif, Situs Twitter, Teori *Uses and Gratifications*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam menjalani kehidupannya sehari-hari manusia tentunya tidak bisa lepas dari kegiatannya untuk bersosialisasi dengan orang lain dan untuk bersosialisasi itulah manusia memerlukan komunikasi sehingga akibatnya timbul interaksi dalam kehidupan manusia, maka ketika seseorang melakukan proses komunikasi dengan orang lain dibutuhkan kesamaan makna sehingga diharapkan agar proses komunikasi yang sedang terjadi dapat berlangsung efektif.

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yakni proses komunikasi secara primer dan secara sekunder. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Sedangkan proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. (Onong, 2000:11&16)

Media kedua yang dimaksud dalam proses komunikasi secara sekunder seperti surat, telepon, teks, surat kabar, radio, televisi, internet, dan lain-lain. Media tersebut digunakan karena letak komunikator dan

komunikasi berada di tempat yang relatif jauh dan tentunya agar proses komunikasi berjalan dengan lancar.

Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan manusia akan informasi menyebabkan semakin meningkat pula perkembangan teknologi dalam hal pemenuhan kebutuhan akan informasi. Dengan kemajuan di bidang teknologi informasi serta komunikasi sekarang ini, dunia tidak lagi mengenal batas, jarak, ruang dan waktu, sebagai contoh kini orang dapat dengan mudah memperoleh baerbagai macam informasi yang terjadi di belahan dunia tanpa harus datang ke tempat tersebut. Bahkan orang dapat berkomunikasi dengan siapa saja di berbagai tempat di dunia ini, hanya dengan memanfaatkan seperangkat komputer yang tersambung ke internet.

Internet (*interconnection networking*) merupakan jaringan komputer yang dapat menghubungkan suatu komputer atau jaringan komputer dengan jaringan komputer lain, sehingga dapat berkomunikasi atau berbagi data tanpa melihat jenis komputer itu sendiri. Seperti yang diketahui internet merupakan bentuk *kovergensi* dari beberapa teknologi penting terdahulu, seperti komputer, televisi, radio dan telepon. (Bungin, 2006:135)

Dengan internet, kendala ruang atau jarak dalam berkomunikasi telah banyak diatasi. Sebelumnya dengan fasilitas yang telah ada, orang sudah bisa mengatasi jarak. Seperti telepon merupakan faslitas yang memungkinkan orang berkomunikasi kemana saja di dunia ini. Akan

tetapi kenyataan bahwa pulsa interlokal atau internasional sangat mahal akhirnya menjadikan fasilitas tersebut tidak optimal digunakan. Dengan adanya internet, manusia dihadapkan pada sebuah kemungkinan bahwa komunikasi bisa dilakukan kemana saja dengan biaya murah.

Kehadiran internet telah membawa revolusi pada cara manusia melakukan komunikasi. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi sebagai sarana komunikasi memungkinkan setiap orang berkomunikasi dengan pihak lain yang terhubung dengan internet walaupun lokasi tempat tinggal mereka berjauhan.

Menurut Houghton, Perkembangan internet terus berlangsung hingga kini. Di seluruh dunia jumlah pemakai internet tercatat sekitar 3 juta orang pada tahun 1994. Di tahun 1996 tercatat lonjakan drastis, jumlah pemakai internet hingga sebanyak 60 juta pengguna, pada tahun 1998 angka ini meningkat tajam hingga mencapai 100 juta pengguna dan untuk tahun 2005 diprediksi jumlah pengguna internet bakal mencapai 1 milyar pengguna (Tjiptono, 2001:3).

Begitu besarnya pengguna internet di dunia sehingga semakin banyak pula bermunculan situs-situs baru yang dapat di akses oleh para pengguna internet dan mereka berlomba-lomba untuk bisa mendapatkan pengguna yang sebanyak-banyaknya untuk mengakses internet.

Sebagai contohnya, di era komunikasi global seperti sekarang ini banyak sekali bermunculan situs-situs *social networking* yang cukup menarik perhatian. *Social networking* adalah sebuah bentuk layanan

internet yang ditujukan sebagai komunitas online bagi orang yang memiliki kesamaan aktivitas, ketertarikan pada bidang tertentu, atau kesamaan latar belakang tertentu. Layanan *social network* biasanya berbasis web, yang menyediakan kumpulan cara yang beragam bagi pengguna untuk dapat berinteraksi seperti *chat, messaging, email, video, chat suara, share file, blog*, diskusi grup, dan lain-lain. Umumnya jejaring sosial memberikan layanan untuk membuat biodata dirinya. Pengguna dapat meng-upload foto dirinya dan dapat menjadi teman dengan pengguna lainnya. Beberapa jejaring sosial memiliki fitur tambahan seperti pembuatan grup untuk dapat saling sharing didalamnya.. Contoh situs *social networking* antara lain [Facebook](#), *Twitter*, *My Space* dan [Friendster](#).

Dari sekian banyak situs *social networking* di internet, salah satu situs yang saat ini cukup menarik banyak perhatian para pengguna internet adalah *Twitter*. Di Indonesia, hal ini dapat dibuktikan bahwa *Twitter* adalah situs yang paling banyak dikunjungi setelah *google.com, yahoo.com* dan *Facebook.com*. *Twitter* tidak kalah populer dibandingkan dengan *Facebook* yang saat ini sudah mencapai lebih dari 200 juta pengguna di seluruh dunia. *Twitter* adalah satu dari beberapa situs pertemanan dengan ide *social networking* yang berbasis *microblogging* untuk menjalin sosialisasi dunia maya di mana pengguna dapat membentuk jaringan dengan mengundang teman dan juga memberikan fasilitas bagi pengguna untuk mengirimkan "pembaharuan" berupa

tulisan teks dengan panjang maksimum 140 karakter melalui [SMS](#), [pengirim pesan instan](#), [surat elektronik](#), atau [aplikasi](#) seperti *Twitterrific* dan *Twitbin*.

Dengan melihat data di Alexa, *Twitter* adalah mesin jejaring sosial nomor dua setelah *Facebook*. Sementara, untuk keseluruhan situs di dunia, *Twitter* menempati ranking ke-5 setelah *Yahoo*, *Google*, *Youtube*, *Facebook*. *Compete.com* februari 2009 menyebutkan, situs web ini dikunjungi 66 juta pengguna. Namun pada bulan maret 2009, pengguna *Twitter* meningkat tajam yaitu 138, 2 juta pengguna.

Twitter diciptakan oleh Jack Dorsey pada bulan juli 2006 di bawah perusahaan Odeo Corp. Kesuksesan *Twitter* membuat banyak situs lain meniru konsepnya, kadang menawarkan layanan spesifik lokal suatu negara atau menggabungkan dengan layanan lainnya. Suatu sumber bahkan menyebutkan bahwa paling tidak ada 111 situs web yang memiliki layanan mirip dengan *Twitter*. Menggunakan layanan *Twitter* pun tampaknya jauh lebih mudah daripada layanan jejaring pertemanan lainnya. Pengguna bisa mengirimkan pesan singkat melalui beberapa cara, bisa melalui situs *Twitter* secara langsung, melalui SMS, atau melalui aplikasi *Twitter* lainnya seperti *Twirl*, *Snitter*, atau *Twitterfox* yang merupakan aplikasi tambahan untuk *browser Firefox*.

Berbeda dengan *Facebook* yang terletak pada kompleksitas dan simplisitas. Layanan *Facebook* hadir dengan berbagai macam fitur yang

bisa dibilang komplit. Semua ada di *Facebook*, mulai dari sekadar update status, berbagi link, berbagi gambar, berbagi video, berkirim pesan, blogging (*note*), *chatting*. Tidak hanya fitur itu yang disajikan oleh *Facebook*. *Facebook* juga menyediakan fitur undangan (*invitation*), *cause*, *quiz*, *grup*, dan sebagainya. *Facebook* seolah-olah menawarkan konsep '*one-stop-visit*' kalau orang sering belanja maka di kenal dengan '*one-stop-shopping*'.

Sebaliknya, *Twitter* justru menawarkan kesederhanaan. Bisa dibilang, *Twitter* tidaklah lebih dari sekadar update status tetapi sekarang mulai ditambahi beberapa fitur pendukung. Bahkan, status yang kita tulis pun dibatasi hanya sampai 140 karakter saja maka dari itu, *Twitter* dikategorikan dalam *microblogging*. Namun konon, loading status pada *Twitter* lebih kilat alias lebih cepat dan dijamin langsung tayang dibandingkan *Facebook*. Dan ternyata, justru karena kesederhanaannya ini, *Twitter* seringkali lebih digemari daripada *Facebook*. Dengan network, pengguna bisa meng-update statusnya dari segala jenis ponsel (yang jadul sekalipun) melalui layanan pesan pendek alias sms. Mekanismenya, sms dikirimkan ke *Twitter*, kemudian *Twitter* seketika itu juga akan menayangkan status baru tersebut ke halaman akun *Twitter* sang pengguna.

Selain itu *Twitter* juga mempunyai beberapa keunggulan dibandingkan dengan situs lain sejenis. Diantaranya adalah pengguna

dapat mengubah *layout*, warna *background* dan warna tulisan *Twitter*. Selain itu pengguna juga bisa menambahkan online bio dan sekaligus desain *Twitter* melalui sebuah situs yaitu www.twitbacks.com.

Dalam *Twitter*, ada tiga hal yang penting selain menuliskan artikel dengan batasan 140 karakternya itu, yaitu *following*, *follower*, dan *update*. Disinilah sebenarnya letak keunikan dan manfaat lainnya dari *Twitter*. Fitur yang menarik lagi adalah pengguna dapat share video atau foto dari fitur media *stream flock* dengan hanya men-drag foto atau video tersebut. Belum lagi fitur menulis artikel pada blog pribadi tanpa harus *login* pada *blog* tersebut.

Pada *Twitter*, pengguna juga bisa menghubungkannya dengan beberapa *social networking* lainnya seperti *Facebook*. Dimana jika pengguna mengganti *tweetsnya* maka akan secara otomatis status di *Facebook* juga akan berubah dan akan sama dengan *tweets* pengguna. Dan ini merupakan sebuah kemudahan bagi pengguna yang memiliki akun di *Twitter* dan di *Facebook* karena tidak perlu repot membuka kedua *social networking* tersebut. (Cyber, 2009 : 81)

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penulisan terhadap fenomena komunikasi terjadi di internet melalui situs *Twitter* ini. Fenomena tersebut menyangkut *Twitter* sebagai media komunikasi yang akhir - akhir ini banyak digunakan oleh pengguna karena melalui *twitter* mereka lebih

cepat *up date* untuk mencari informasi dari teman – teman mereka. Namun permasalahan yang sering terjadi dalam *Twitter* saat ini adalah para pengguna yang ingin menggunakan *Twitter* sebagai sarana untuk berkomunikasi dalam jejaring sosialnya, terkadang disalahgunakan dari fungsi aslinya sebagai mikroblogging, menjadi ajang *chatting*.

Penulis memilih *Twitter* sebagai obyek penulisan karena *Twitter* adalah media komunikasi melalui internet yang akhir-akhir ini mulai banyak digunakan orang sebagai tempat untuk mencari teman, baik itu teman baru ataupun teman lama yang bisa terhubung kembali, *Twitter* bisa dijadikan alat untuk mengumumkan kabar terbaru atau *posting blog* terbaru dari pengguna. *Twitter* juga memudahkan kolaborasi internal dan komunikasi dalam sebuah kelompok. Karena itulah keberadaan *Twitter* kini akan menjadi gaya hidup baru bagi mereka, dan dapat dipastikan hampir setiap orang akan mempunyai *account* di *Twitter*.

Dengan adanya fasilitas yang tersedia dalam *Twitter*, setiap pengguna bisa menjaga silaturahmi (pertemanan), mencari berbagai informasi dan berbagi informasi. Berdasarkan pendapat beberapa pengguna *Twitter*, terdapat beberapa alasan mengapa orang menggunakan *Twitter*, antara lain :

1. Mencari Teman

Bagi sebagian orang, dengan menggunakan Twitter, kita bisa mencari teman baru, mencari teman lama yang hilang dan teman-teman lainnya

2. Berkomunikasi

Dengan Twitter, para anggotanya bisa saling berkomunikasi dan saling bertukar informasi, film dan juga photo

3. Mencari informasi

Dengan Twitter, para pengguna bisa mencari berbagai informasi yang diinginkan

4. Mencari Popularitas

Bila ingin terkenal, Twitter juga bisa dijadikan sarana untuk membuta orang terkenal atau populer di dunia maya yang pada akhirnya terkenal di dunia nyata

5. Mencari dukungan

Ini sangat membantu sekali terutama artis baru, dengan membuat twitter akan semakin ramai di kenal dan mudah mencari dukungan

6. Tempat kritik dan saran

Melalui Twitter, pengguna dapat menerima masukan, saran atau kritik dari pengguna lain

7. Mencari solusi

Mencari pertimbangan pendapat untuk memperoleh solusi yang terbaik mengenai permasalahan yang ada

8. Mengisi waktu luang

Bergabung dengan twitter setelah melakukan aktivitas sehari-hari, orang dapat merasa terhibur dengan berbagai fasilitas yang tersedia

9. Aktualisasi Diri

Dengan berbagi pendapat dengan teman-teman sesama pengguna, mereka bisa mengetahui tentang bakat, potensi dan kemampuan yang dimiliki dan juga bagaimana cara mengembangkan atau memanfaatkannya

10. Media Promosi

Bila anda mempunyai dagangan atau barang yang mempunyai nilai jual dan ingin menjualnya, mungkin anda bisa juga mempromosikan barang anda di Twitter

Berdasarkan beberapa alasan tersebut diatas, maka penelitian ini berusaha untuk mengetahui bagaimana motif pengguna dalam menggunakan *Twitter* sebagai media komunikasi, difokuskan pada motif penggunaan media yang didasarkan pada pendapat McQuail (2002:72), yakni : 1) Informasi, 2) Identitas, 3) Integrasi dan Interaksi sosial, serta 4) Hiburan. Motif tersebut diuraikan berdasarkan ketertarikan penulis terhadap *Twitter*, maka sebagai penjabaran dari empat hal yang menarik penulis untuk melakukan penelitian terhadap *Twitter* yang mengacu kepada keempat kategori motif, yaitu :

1. Motif Informasi (*Surveillance*) yang lebih cenderung mengarah kepada keinginan pengguna (Mahasiswa surabaya) untuk mencari

informasi tentang *Twitter*, seperti mengetahui berbagai informasi mengenai segala hal yang berkaitan dengan perkembangan di Indonesia maupun Internasional yang tersedia di *Twitter*.

2. Motif Identitas Pribadi (*Personal Identity*) yaitu pengguna *Twitter* (Mahasiswa surabaya) diharapkan bisa mengeksplorasi semua potensi, kemampuan, bakat, citra diri, kepercayaan diri, dan nilai-nilai positif yang dimiliki pengguna untuk dijadikan acuan dalam berperilaku dan bersikap di lingkungan masyarakat dengan baik. Karena umumnya para pengguna *Twitter* mencari nilai-nilai pribadi mereka sesama pengguna.
3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial (*Personal Relationship*) dengan adanya pengguna *Twitter* (Mahasiswa surabaya) tersebut bisa dijadikan acuan untuk membina hubungan baik dengan sesama pengguna, misalnya : mempererat hubungan dengan orang lain dengan jalan menambah teman-teman yang dikenal atau melalui referensi teman lainnya.
4. Motif Hiburan (*Diversi*) karena pengguna *Twitter* disini yakni Mahasiswa surabaya berusaha untuk mengemas lebih santai sehingga pemenuhan kebutuhan akan motif hiburan (*Diversi*) itu bisa terpenuhi dan dapat pula untuk menambah mengisi waktu istirahat sehingga ketika akan melakukan aktivitas menjadi lebih semangat dengan ide-ide yang baru.

Berdasarkan hal tersebut, saat ini banyak orang menggunakan media internet terutama *Twitter* sebagai sarana untuk memperluas jaringan komunikasi serta menginformasikan tentang kegiatan mereka. Dari fenomena tersebut maka penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana motif pengguna *Twitter* sebagai media komunikasi. Ketertarikan itu dilandasi pada asumsi bahwa setiap individu mempunyai kebutuhan dalam hidupnya baik itu kebutuhan sehari-hari maupun kebutuhan akan informasi untuk mengetahui fenomena atau masalah yang ada di sekitarnya, dimana kebutuhan satu individu dengan individu yang lain tidak ada yang sama.

Responden dalam penelitian ini adalah pengguna internet di Jawa Timur, karena menurut *Surabayawebs.com* Pengguna internet di Jawa Timur semakin bertambah. Data PT Telkom Divre V Jatim menyebutkan, jumlah pengguna internet di Jatim saat ini mencapai 5 juta orang atau sebesar 20% dari total 25 juta pengguna di seluruh Indonesia. Menurut Ana, 20% pengguna internet di Jatim didominasi kalangan pebisnis dan mahasiswa. (<http://surabayawebs.com>).

Lokasi penelitian dilakukan di kota Surabaya, sebab Surabaya merupakan kota yang mempunyai jumlah mahasiswa terbanyak di Jawa Timur.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut : “Bagaimana Motif mahasiswa Surabaya dalam menggunakan situs *Twitter* di internet

1.3. Tujuan Penulisan

Tujuan dari penulisan adalah untuk mengetahui Motif Mahasiswa Surabaya dalam menggunakan situs *Twitter* di internet.

1.4. Kegunaan Penulisan

Kegunaan penulisan ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penulisan ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan atas sumbangan dalam kajian Ilmu Komunikasi khususnya yang berkaitan dengan motif khalayak dalam berkomunikasi melalui internet sebagai referensi yang berguna bagi penulisan selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penulisan ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengguna yang berkaitan dengan motif dan penggunaannya dalam menggunakan *Twitter*